

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, U., & et al. (2016). Impact of Store Atmosphere on Impulse Buying Behavior: Moderating Effect of Demographic Variabels. *Journal of u-and e-service*, Vol. 9, No. 7, Page. 43-60.
- Cannon, P., & Carthy, M. (2009). *Pemasaran dasar pendekatan manajerial global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivarite dengan program IBM SPSS 21*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling, metode alternatif dengan partial least square*. Bandung: Badan Penerbit-UNDIP.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2011). *Partial least squares. konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0*. Semarang: UNDIP.
- Gumilang, W., & Nurcahya, I. (2016). 'Pengaruh price discount dan store atmosphere terhadap emotional shopping dan impulse buying'. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 15, No. 3, 1859-1888.
- Kurniawan, D., & Kunto, Y. (2013). 'Pengaruh promosi dan store atmosphere terhadap impulse buying dengan shopping emotion sebagai variabel intervening studi kasus di matahari department store Surabaya'. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 2. hlm.1-8.
- Kurniawati, D., & Restuti, S. (2014). 'Pengaruh sales promotion dan store atmosphere terhadap shopping emotion dan impulse buying pada giant Pekanbaru'. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol. VI, No. 3.
- Lumintang. (2012). 'Pengaruh hedonic motives terhadap impulse buying melalui browsing dan shopping lifestyle pada online shop'. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, Vol. 1, No. 6.
- Peter, J., & Olson, J. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putri, A., & Edwar. (2016). 'pengaruh bonus pack dan price discount terhadap impulse buying pada konsumen giant hypermarket diponegoro Surabaya'. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 15, No. 3, 1859-1888.
- Rivie, C., & Willem J. F., A. (2015). 'The influence of price discount bonus pack and in-store display on impulse buying decision in hypermart Kairagi Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 3, No. 3, hlm.420-428.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS Vs LISREL. sebuah pengantar, aplikasi untuk ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

- Siregar, S. (2012). *Statistika deskriptif untuk penelitian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku konsumen*. Bogor: Ghalia indonesia.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis ritel teori, praktik dan kasus ritel*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Surmawan, U., Jauzi, A., Mulyana, A., Karno, B., Mawardi, P., & Nugroho, W. (2011). *Riset pemasaran dan konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Surya. (2016). 'Pengaruh motif berbelanja dan atribut toko terhadap pembelian impulsif pada toko ramayana cabang teladan Medan'. *Jurnal Ilmiah Dunia Ilmu*, Vol. 2, No. 2.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tryastiti Ratih, I., & Astiti, D. (2016). Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Putri Di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol. 3, No. 2, 209-219.
- Usman, H., & Sobari, N. (2013). *Aplikasi Teknik multivariate untuk riset pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Utami, C. (2010). *Manajemen ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. (2010). *Perilaku Belanja Pelanggan Dalam Bisnis Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wilujeng, S. (2017). 'Pengaruh price discount dan bonus pack terhadap impulse buying konsumen indomaret di kecamatan sukun kota Malang'. *Seminar Nasional & Call For Paper, FEB Unikama*.
- Winantri, N. (2016). 'Pengaruh kondisi emosi dan store atmosphere terhadap impulse buying di indomaret cabang desa Tampaksiring'. *Jurnal Studi*